

PENGARUH PENGUNGKAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PADA  
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR  
PADA BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

VERONICA DINI A.P.  
0813010153 / EA

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :  
“PENGARUH PENGUNGKAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sri Trisnaningsih, SE, MSi., selaku Ketua Progdi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Eko Riadi, MAks, selaku Dosen Pembimbing yang meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan bimbingan. Terima kasih atas segala saran, motivasi, dan bimbingannya selama penyusunan skripsi ini.
5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, April 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	 9
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pengertian Manajemen keuangan .....	11
2.2.2. Tujuan Manajemen Keuangan .....	13
2.2.2. Laporan Keuangan .....	15
2.2.2.1. Jenis Laporan Keuangan.....	15
2.2.2.2. Tujuan Laporan Keuangan.....	17
2.2.3. Rasio Profitabilitas .....	19

2.2.4. Corporate Social Responsibility (CSR) .....	21
2.2.5. Pengungkapan sosial sebagai tanggung jawab perusahaan .....	24
2.2.6. Pelaporan pertanggungjawaban sosial perusahaan .....	27
2.2.7. Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas .....	29
2.3. Kerangka Konseptual .....	30
2.4. Hipotesis .....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	35

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Perusahaan .....	38
4.1.1. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia .....	38
4.1.2. Visi dan Misi PT. Bursa Efek Indonesia .....	38
4.2. Deskripsi Hasil Pengujian Hipotesis .....	43
4.2.1. Uji Outlier Multivariate .....	43
4.2.2. Uji Normalitas .....	44
4.2.3. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana .....	44
4.3. Pembahasan .....	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	50
5.1. Kesimpulan .....	50
5.2. Saran .....	50

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Outlier Multivariate .....	43
Tabel 4.2. Normalitas Data Masing-masing Variabel .....	44
Tabel 4.3 Koefisien Regresi .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	30
---------------------------------	----

# **PENGARUH PENGUNGKAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA**

Veronica Dini A.P.

## **ABSTRAK**

Dalam mewujudkan akuntabilitas dan transparansi yang tinggi, perusahaan perlu mengungkapkan kinerja CSR dalam “Laporan CSR”. Melalui laporan ini akan terungkap apakah tingkat keterbukaan perusahaan sudah satu level dengan harapan masyarakat (Darwin, 2006). Hal tersebut sesuai dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat, maka sudah seharusnya perusahaan mengungkapkan kinerja sosialnya kepada pihak eksternal sebagai informasi dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam hal prospek perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui pengaruh pengungkapan Program CSR terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini menggunakan 10 Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI, pengambil periode analisis 2006 sampai tahun 2010 dengan kondisi perusahaan yang mengungkapkan biaya sosial. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier sederhana.

Setelah mengetahui permasalahan, meneliti dan membahas hasil penelitian maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil pengujian untuk variable CSR (X) tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas (Y).

**Keywords :** Program CSR dan Profitabilitas

## LAMPIRAN

### Hasil Uji Outlier Multivariate

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.46	13.02	10.50	1.100	20
Std. Predicted Value	-1.850	2.288	.000	1.000	20
Standard Error of Predicted Value	1.377	3.792	2.259	.768	20
Adjusted Predicted Value	6.57	14.78	10.28	1.629	20
Residual	-9.636	9.318	.000	5.813	20
Std. Residual	-1.568	1.516	.000	.946	20
Stud. Residual	-1.615	1.592	.016	1.015	20
Deleted Residual	-10.219	10.433	.221	6.744	20
Stud. Deleted Residual	-1.702	1.674	.019	1.040	20
Mahal. Distance	.004	6.284	1.900	1.973	20
Cook's Distance	.001	.366	.056	.080	20
Centered Leverage Value	.000	.331	.100	.104	20

a. Dependent Variable: data

## Normalitas Data Masing-masing Variabel

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Profitabilitas	CSR
N		20	20
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	5.5675	2.08E9
	Std. Deviation	13.77990	2.986E9
Most Extreme Differences	Absolute	.227	.280
	Positive	.224	.280
	Negative	-.227	-.243
Kolmogorov-Smirnov Z		1.015	1.254
Asymp. Sig. (2-tailed)		.254	.086

### Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.186	3.607		2.547	.020
CSR	-1.736E-9	.000	-.376	-1.723	.102

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.376 <sup>a</sup>	.142	.094	13.11670

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.186	3.607		2.547	.020
CSR	-1.736E-9	.000	-.376	-1.723	.102

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, di mana menurut pendekatan teori akuntansi tradisional, perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal, yang semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkannya dan berupaya mengatasinya.

Menurut World Council for Sustainable Development definisi Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawannya, serta masyarakat lokal ataupun masyarakat luas. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep dimana perusahaan mengintegrasikan masyarakat dan lingkungan dalam kegiatan bisnis dan

interaksi mereka, dengan para stakeholder dengan dasar sukarela (Handayati,2009:7)

Seiring dengan perkembangan konsep manajemen, sehingga tujuan utama pelaporan keuangan guna memberikan informasi kepada para pemegang saham dan kreditur menjadi ikut bergeser pula kearah kecenderungan bahwa perlunya pelaporan yang bersifat dari luar organisasi perusahaan (externality) dalam rangka memberikan informasi kepada beberapa kelompok orang luar (investor, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat) yang berkepentingan terhadap perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa ide dasar yang melandasi perlunya dikembangkan akuntansi sosial (sosial accounting), Secara umum adalah perlunya perluasan tanggung jawab sosial perusahaan.

Permasalahan penting lainnya yang menjadi isu dikalangan para akuntan sehubungan dengan exrternality adalah mengenai seberapa jauh perusahaan harus bertanggung jawab terhadap sosial ekonomi seluruhnya, dan bagaimana perlakuan akuntansi yang tepat untuk menggambarkan transaksi yang terjadi antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya tersebut. Di pihak lain, banyak perusahaan dan asosiasi industri berperang untuk mengubah peraturan pemerintah yang baru atau mencoba mengikisnya melalui ketidakpatuhan. Dalam kasus ini, menejemen mungkin merasa bahwa beberapa dari peraturan tersebut, seperti undang-undang perlindungan lingkungan, akan memiliki dampak ekonomi

negative terhadap perusahaan mereka karena biaya untuk mematuhi undang-undang tersebut tidak sesuai dengan manfaatnya.

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Pengukuran kinerja didefinisikan sebagai performing measurement adalah kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu.

Corporate Social Responsibility atau CSR adalah istilah populer yang digunakan untuk mewakili sebuah program bakti sosial sebagai bentuk kontribusi positif dari perusahaan kepada masyarakat. Ada beberapa contoh program Corporate Social Responsibility yang dilakukan beberapa perusahaan ternama di Indonesia belakangan ini. Diantaranya PT. Telkom yang secara aktif melakukan usaha pemerataan informasi dan penetrasi jaringan internet di sekolah-sekolah yang mempunyai kondisi geografis dan infrastruktur tertinggal.



Sedangkan Exelcomindo melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat secara lebih general dengan target seluruh lapisan masyarakat dari berbagai macam latar belakang. Misalnya seminar Indonesia berprestasi yang dilaksanakan XLcare sebagai wujud dukungan terhadap dunia pendidikan di Indonesia dan peningkatan kualitas anak-anak untuk masa depan yang lebih baik.

Pada tahun 2010 diketahui bahwa perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi dan operator seluler sebanyak 11 perusahaan di Indonesia, misalnya seperti : Telkom, XL, Indosat, Axis, 3, Mobile-8, Bakrie Telecom. Hal ini memberikan persaingan yang sengit antar operator dalam memperebutkan pasar sehingga diperlukan suatu cara dan inovasi produk dan layanan agar dapat tetap bertahan, kemudian jika dibandingkan dengan Negara-negara lain, perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi dan telepon seluler maka Indonesia termasuk yang paling banyak dan ketat persaingannya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan corporate social responsibility sebagai variabel independen karena secara teoritis ketika perusahaan semakin meningkatkan kegiatan corporate social responsibility maka dapat meningkatkan image dari perusahaan dan akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Corporate social responsibility juga digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian terdahulu diantaranya Nelling dan Webb (2006), Tsoutsoura

(2004), Sayekti dan Wondabio (2006), Lindrawati, Felicia dan Budianto (2008).

Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan social semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap profit yang dihasilkannya. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan Corporate Social Responsibility perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada return yang akan diterima perusahaan.

Alasan selanjutnya adalah bahwa bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan bidang telekomunikasi dan operator seluler lebih jelas dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sama-sama listing di BEI. Di setiap perusahaan go public, implementasi Corporate Social Responsibility-nya kurang identik satu sama lain, sehingga menyusahkan dalam pengambilan variabel penelitian. Dalam perusahaan perbankan, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan bidang telekomunikasi dan operator seluler satu dengan yang lain adalah sama, yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga akan memudahkan proses penelitian. Untuk kesejahteraan karyawan, di setiap perusahaan secara garis besar adalah sama sehingga akan memudahkan proses penelitian

Dengan adanya program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan oleh industry telekomunikasi tersebut dapat meningkatkan citra dan ketertarikan stakeholder maupun public sasaran dari PT. Industri

Telekomunikasi. Ketertarikan itu dapat diukur dengan peningkatan penjualan suatu perusahaan melalui laporan keuangan perusahaan.

Pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa peran dunia usaha selama ini hanya sebatas pemberian dukungan dana secara sukarela (voluntary) dan kedermawanan (philanthropy) sehingga kegiatan yang dilaksanakan kurang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Hal ini memunculkan rasa kekecewaan masyarakat dan pemerintah akan minimnya peran dunia usaha dalam kehidupan sosial dan adanya kecenderungan bahwa pelaksanaan Corporate Social Responsibility hanya sekedar untuk di mata masyarakat atau bahkan hanya di mata konsumen mereka. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan Corporate Social Responsibility perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada return yang akan diterima perusahaan. (Anatan, 2009:2)

Dengan menerapkan Corporate Social Responsibility, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Diharapkan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja. Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor. Pengungkapan informasi Corporate Social

Responsibility diharapkan memberikan informasi tambahan kepada para investor selain dari yang sudah tercakup dalam laba akuntansi.

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan dalam menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Profitabilitas dapat diukur melalui Return On Asset (ROA), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dalam penggunaan asset. (Handoko, 2007: 9)

Profitabilitas yang dalam penelitian ini dilambangkan dengan NPM. Net Profit Margin (NPM), adalah rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan perusahaan, dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. (Darwis, 2009:55)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Program Corporate Social Responbility Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia”

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Apakah pengungkapan Program Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan :

Mengetahui pengaruh pengungkapan Program Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia

## 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

### a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan penerapan tanggung jawab sosial secara efektif bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia.

### b. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada investor dan calon investor serta pelaku pasar lainnya dalam memandang tanggung jawab sosial yang diumumkan oleh perusahaan.